

SKRIPSI

Ni Putu Liana Shinta Dewi

PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SANDAL ARDILES DI SURABAYA



No. FIDUK	2704 / 01
TGL TERIMA	14-03-01
B E T HADI H	
No. BUKU	FE-m Dew RF-1
KOPI KE	1 (satu)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2000

**PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN SANDAL ARDILES
DI SURABAYA**

**SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen**

OLEH:

Ni Putu Liana Shinta Dewi

3103096269

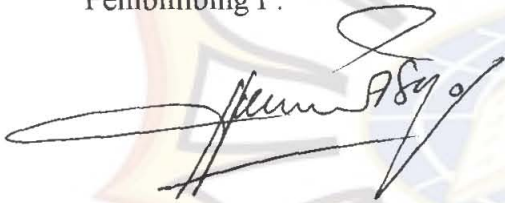
**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

AGUSTUS 2000

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Konsumen Terhadap Pembelian Sandal Ardiles Di Surabaya yang ditulis oleh Ni Putu Liana Shinta Dewi telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.

Pembimbing I :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Drs. Ec. Teman Koesmono', written over a large, faint watermark of the Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya logo.

Drs. Ec. Teman Koesmono, MM.

Pembimbing II :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tuty Lindawati', written over a large, faint watermark of the Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya logo.

Tuty Lindawati, S.E., MM.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: NI PUTU LIANA SHINTA DEWI. NRP: 3103096269

Telah disetujui pada tanggal 14 - 8 - 2000 . Dan dinyatakan LULUS
oleh

Ketua Tim Penguji:



DR. Soedjono Abipraja

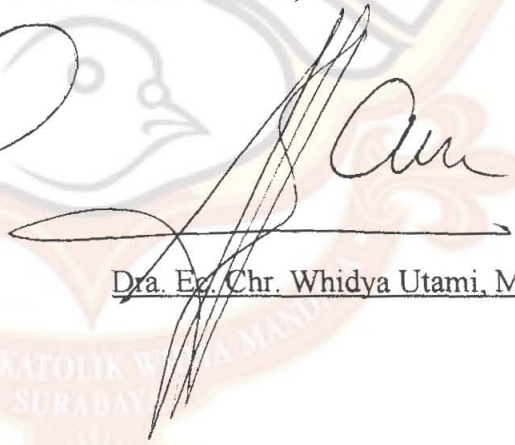
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dra. Ec. Rido Tanago, MBA.



Dra. Ec. Chr. Whidya Utami, MM.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya sehingga skripsi penulis yang berjudul Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Konsumen Terhadap Pembelian Sandal Ardiles Di Surabaya dapat penulis selesaikan.

Adapun penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan, pengarahan serta keterangan-keterangan dari berbagai pihak yang sangat besar artinya dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Oleh sebab itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya beserta staf pimpinan.
2. Bapak Drs. Ec. Teman Koesmono, MM dan Ibu Tuty Lindawati, S.E., MM selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyediakan waktu dan tenaga untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan petunjuk-petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
3. Orang tua dan adik-adik penulis yang selalu memberikan dorongan dan bantuan baik material maupun spirituil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mendidik dan membimbing penulis selama kuliah.
5. Bapak Sentot selaku Kepala Bagian Umum PT. SS. Utama yang telah banyak membantu penulis dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman yang telah membantu penulis dalam memberikan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Semua pihak yang turut membantu kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh sebab itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati demi penyempurnaan skripsi ini.

Surabaya, Agustus 2000

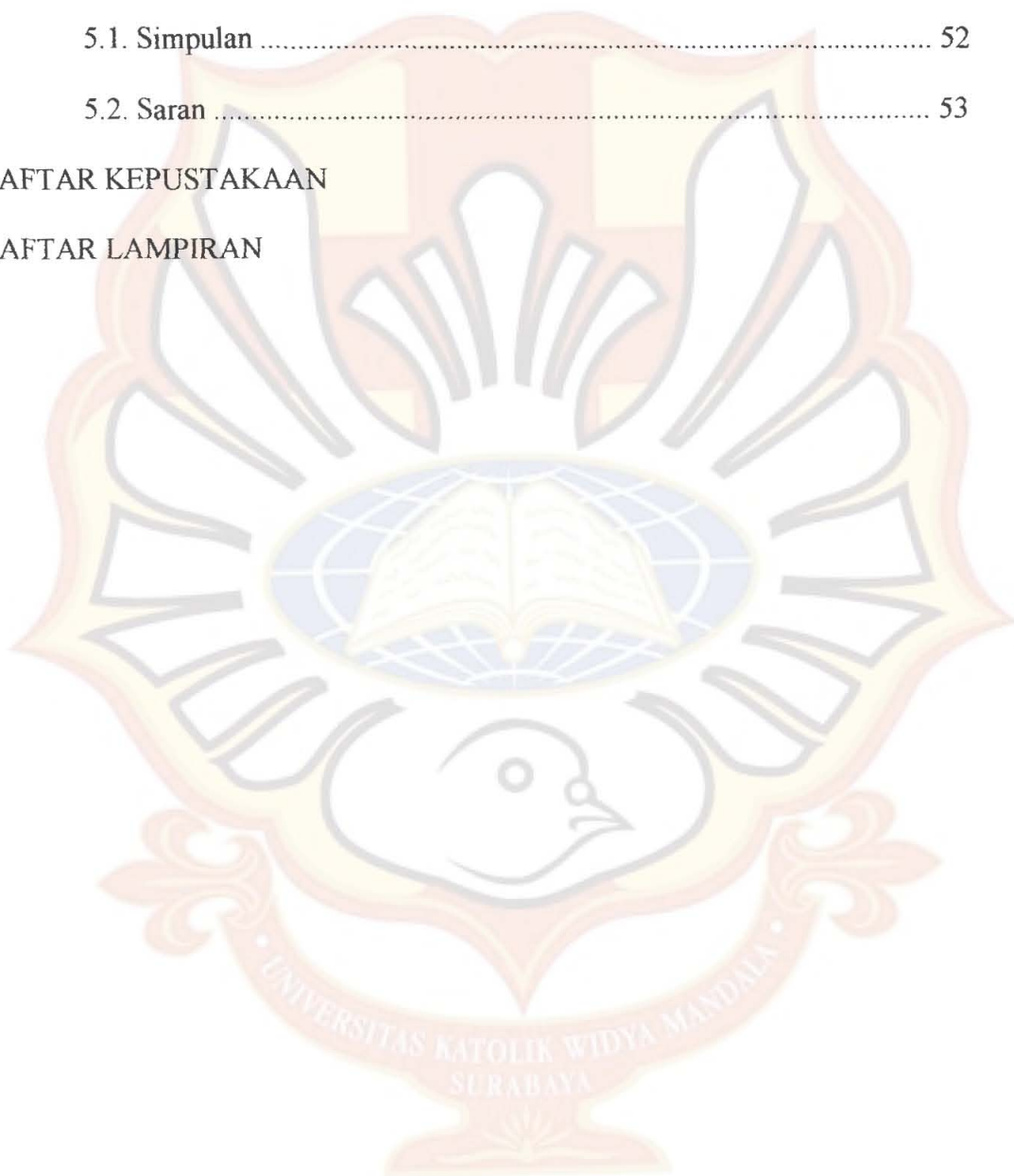
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Sistematika Skripsi	4
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	8
2.2.1. Pengertian Pemasaran	8
2.2.2. Konsep Pemasaran	10
2.2.3. Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.2.4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13

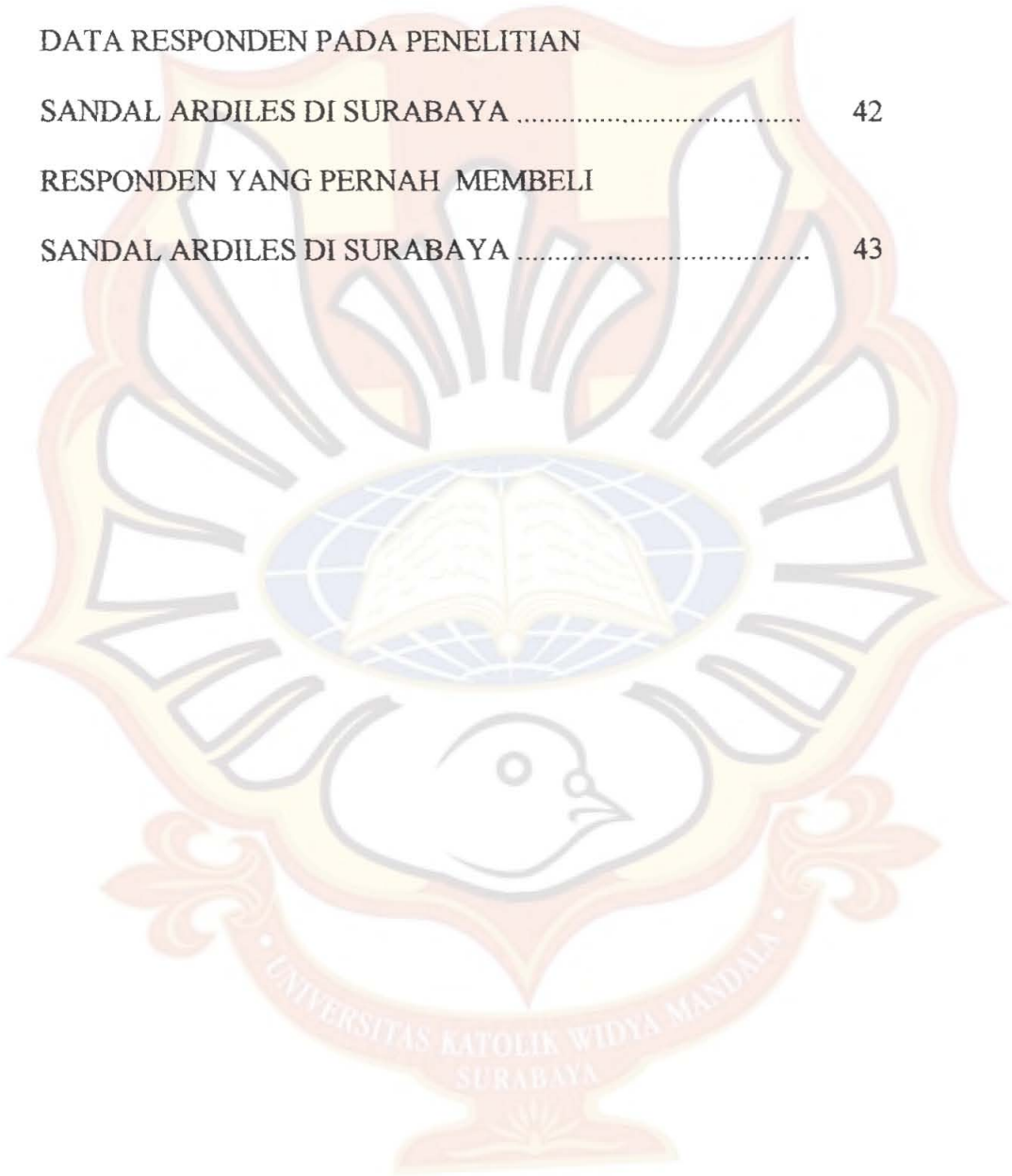
2.2.5. Persepsi	18
2.2.6. Motivasi	20
2.3. Hipotesis	23
2.4. Model Analisis	24
BAB 3 : METODE PENELITIAN	25
3.1. Desain Penelitian	25
3.2. Identifikasi Variabel	25
3.3. Definisi Operasional	25
3.4. Jenis dan Sumber Data	27
3.5. Pengukuran Data	28
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	28
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.8. Teknik Pengambilan Data	30
3.9. Teknik Analisis Data	30
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis	32
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	35
4.1.2. Lokasi Perusahaan	38
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	38
4.1.4. Tujuan Perusahaan	43
4.2. Deskripsi Data	44

4.3. Analisis Data	45
4.4. Pembahasan	46
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Simpulan	52
5.2. Saran	53
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
DAFTAR LAMPIRAN	



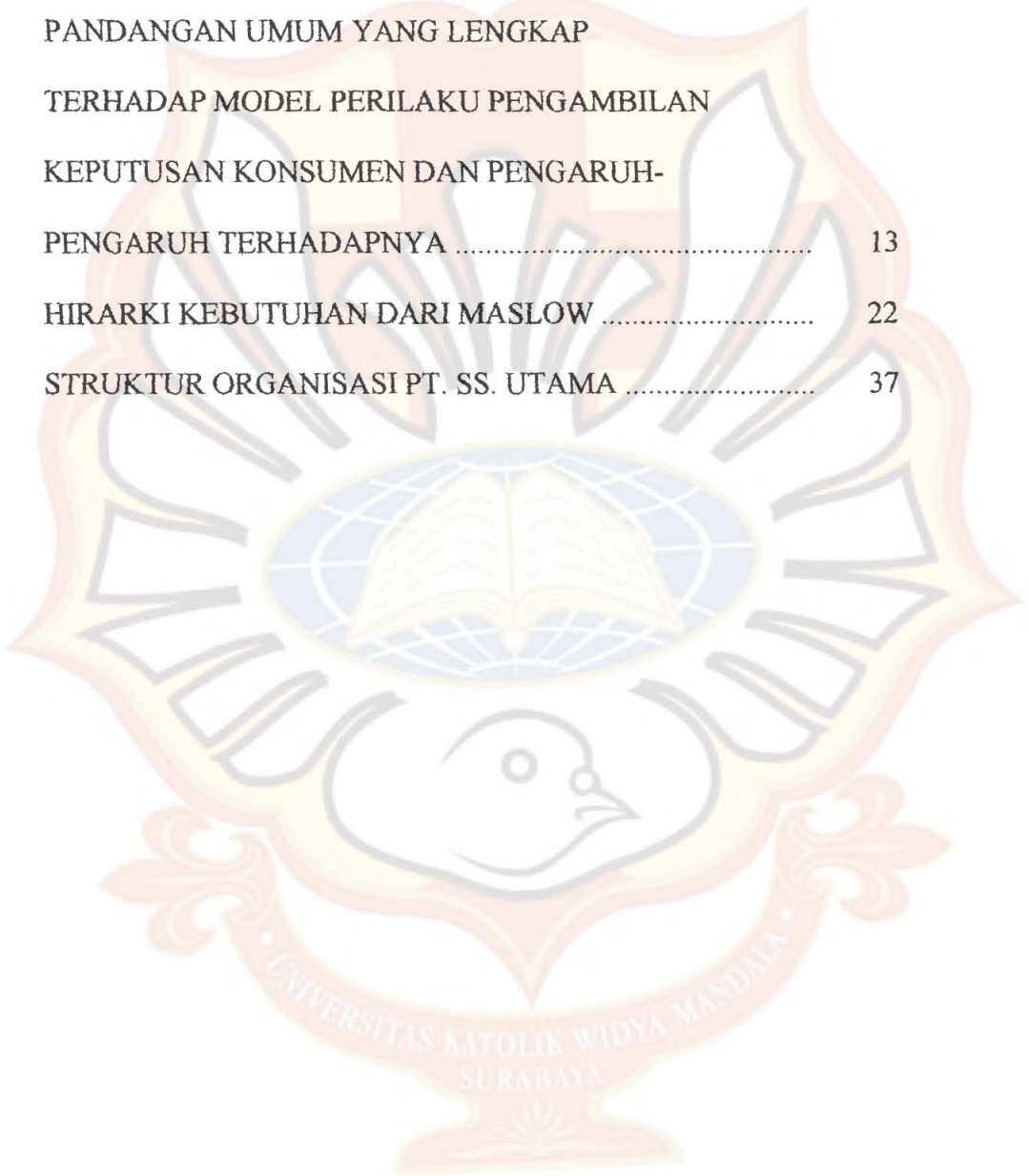
DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	DATA RESPONDEN PADA PENELITIAN SANDAL ARDILES DI SURABAYA	42
2.	RESPONDEN YANG PERNAH MEMBELI SANDAL ARDILES DI SURABAYA	43



DAFTAR GAMBAR

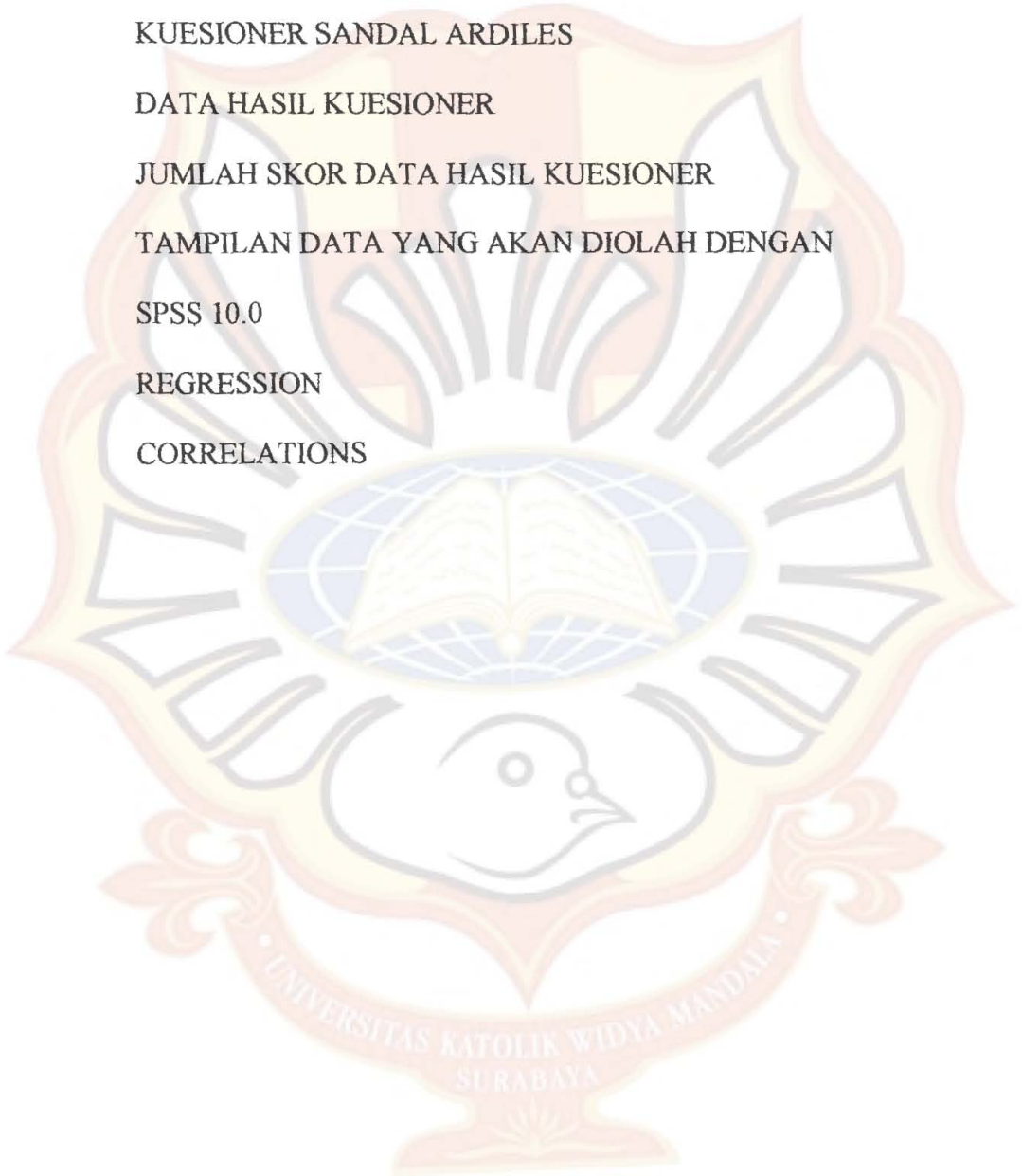
Nomor	Halaman
1.	PANDANGAN UMUM YANG LENGKAP TERHADAP MODEL PERILAKU PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DAN PENGARUH- PENGARUH TERHADAPNYA 13
2.	HIRARKI KEBUTUHAN DARI MASLOW 22
3.	STRUKTUR ORGANISASI PT. SS. UTAMA 37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. KUESIONER SANDAL ARDILES
2. DATA HASIL KUESIONER
3. JUMLAH SKOR DATA HASIL KUESIONER
4. TAMPILAN DATA YANG AKAN DIOLAH DENGAN
SPSS 10.0
5. REGRESSION
6. CORRELATIONS



ABSTRAKSI

Penelitian yang dilakukan berjudul “Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Konsumen Terhadap Pembelian Sandal Ardiles Di Surabaya.” Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh antara persepsi dan motivasi secara serempak terhadap pembelian sandal ardiles dan di antara persepsi dan motivasi manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap pembelian sandal ardiles.

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut, maka terdapat dua hipotesis yang menyatakan diduga bahwa ada pengaruh antara persepsi dan motivasi secara serempak terhadap pembelian sandal ardiles, hipotesis kedua diduga bahwa persepsi yang mempunyai pengaruh dominan terhadap pembelian sandal ardiles.

Pada hipotesis pertama yang menggunakan uji F untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara persepsi dan motivasi secara serempak terhadap pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 157,008 > F_{tabel} sebesar 3,15 artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara persepsi dan motivasi secara serempak terhadap pembelian sandal ardiles.

Hipotesis kedua menggunakan korelasi parsial yang berguna untuk mengetahui di antara persepsi dan motivasi manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap pembelian sandal ardiles. Berdasarkan hasil perhitungan bahwa persepsi memberikan pengaruh sebesar 0,523 (27,35%) dan motivasi memberikan pengaruh sebesar 0,439 (19,27%) terhadap pembelian. Jadi persepsi yang mempunyai pengaruh dominan dibandingkan motivasi terhadap pembelian sandal ardiles.